

DAFTAR PUSTAKA

- Arda, M. (2017). Analysis of Effect of Promotion and Word of Mouth on Purchase Decision : Case of Student University of Muhammadiyah Sumatera Utara. *JourAnnual International Conference (AIC) Syiah Kuala University*, 334–341.
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1–14. <https://doi.org>
- Ashari, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion*. 38–39.
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26. <https://doaj.org/article>
- Feiko Revoliady Robin. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Mobil Datsun Go Dan Go+ Di Dealer PT. Indomobil Nissan Datsun Bandung). *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung.*, 2(1), 30–80.
- Hafilah, N. E., Chaer, V. P., & Usman, O. (2019). *The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones*.
- Herdianto, G. D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Yamaha YZF R25 di Yamaha Cicadas Kota Bandung. Diss. Universitas Widyatama. *Sistem Informasi Akuntansi*, 10. <https://repository.widyatama.ac.id>
- Idris, M., Suharyati, & Nastiti, H. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan)*. 1(1), 780–793.
- Kotler, & Keller. (2009). *Proses Keputusan Pembelian*. 53(9), 1689–1699.
- Kotler, & Keller. (2016). *Indikator Keputusan Pembelian*. 53(9), 1689–1699.
- Mandey, J. B. (2013). *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. 1(4), 95–104.

Market Share. (2020). gs.statcounter.com

Mokoagouw, M. L. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado*. 16(01), 493–502.

Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). International Journal Of Research Culture

Society The Impact of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Intention of Smartphone. *International Journal of Research Culture Society*, 3(1), 99–103. <http://repository.wima.ac.id>

Neisia, T. C., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2018). *Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado*. 6(3).

Oentoro. (2012). *Kualitas Produk*. 9.

Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2017). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145. <https://doi.org>

Prambaudy, K., & Astuti, M. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner. *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–15.

Priansa. (2017). *Jurnal Manajen Pemasaran*. 53(9), 1689–1699.

Putra, E. (2019). the Influence of Promotion and Brand Image Toward Purchase Decision of Honda Vario. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 121–130. <https://doi.org>

Rahardi, K. P. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Aktifitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Kafe Gulo Jowo di Kota Solo)*. 1–27. <https://ci.nii.ac.jp/naid>

Rosita, & Satyawisudarini, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian Online Produk T-shirt Samesame Clothing). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 12. <https://doi.org>

Safitri, I., & Albari. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' PurchasinSafitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions. Review of Integrative Business and Economics Research, 7(2), 328–337.g Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.

- Sakinah, S. (2016). *Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Seblak Sinja Kabupaten Magelang)* (Vol. 1, Issue 4).
- Salam, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Customer Trust dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Survey pada pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung). *Skripsi*, 35.
- Sugiyono. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015*.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Thamrin, & Francis. (2012). *Tahapan Penetapan Harga*.
- Tjiptono. (2016). *Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis*.
16–45.
- Top Brand Index*. (2020). www.topbrand-award.com